World View アジア発

シリーズ「アジアほっつき歩る記」第28回

カンボジア　カギは人材育成

須賀（すが）　努（つとむ）
コラムニスト・アジアンウオッチャー

近年何かと注目されるカンボジア。首都プノンペンを３年ぶりに訪れ、その大きな変化に驚いた。日本人の起業も盛んになってきているが、肝心なのは人材。労働者事情の最新レポートをお送りしたい。

きれいになったプノンペン市内

この３年の大きな変化は何といっても街並みがきれいになったことだろう。筆者が初めてプノンペンを訪れた1996年は内戦の後遺症が色濃く残り、街を歩くのも憚れるほどの荒廃ぶりだったことを思えば隔世の感がある。最近は近代的なビルが建ち並び、東南アジア各国の都市に近づく勢いで増えている。

写真１　プノンペンのおしゃれストリートにあるカフェ

特に驚いたのが、通称おしゃれストリートと呼ばれるエリア。本当におしゃれなカフェやブティックが点在し、東京の代官山のようだ、という在住日本人もいるほど。ここは欧米人など外国人オーナーが店を開いているようで、雰囲気もまるでカンボジアっぽくない。

外国からの投資が増え、外国人の流入が加速した結果、最近は好立地の不動産の値上がりが激しいようなので、全てが成功するわけではないが、外国人が店を持つのも比較的簡単なカンボジアの投資環境は魅力的かもしれない。

起業する日本人

日本の報道ではどうしても大企業の進出にばかり目が行きがちだが、1300万人の人口、国家財政の半分を外国からの支援に依存している現状など、カンボジアという国を考えると、中国の代替地域に成り得るわけではなく、大企業の進出には限界があるように思われる。

勿論生産地としてではなく消費地としてのカンボジアはまた別だ。実はプノンペンにはお金持ちも相当におり、現在タイやシンガポールに買い物に行っている層をターゲットに戦略を練る人々もいる。イオンも大型ショッピングモールの開店を控えており（６月末開業予定）、出店するテナントも含めて急ピッチで工事が進められていた。

一方今回の滞在では日本食レストランやバー、また人材紹介会社や日本商品を売る店を開いている数人の日本人に話を聞いてみた。皆一様に起業の手続きやライセンス取得は容易だと述べており、実際小さな店なら１－２か月で開業した例もあった。20代でも才覚さえあれば自らの会社を興すことも夢ではないと、閉塞感のある日本を捨て、カンボジアで働こう、起業しようという日本人も続々と現れている。

労働者事情

昨今起こっている工場のストライキなどを見ても、カンボジアで事業をする場合のポイントは労務管理ではなかろうか。過去カンボジアを何度か回ってみて感じたこと、それはいい意味で、『その日暮らし』。一般庶民にとって長期的な計画を立てるこ

撮影：佐渡多真子

【須賀努氏のプロフィール】
東京外語大中国語科卒。
金融機関で上海留学、台湾２年、香港通算９年、北京同５年の駐在を経験。
現在は中国を中心に東南アジアを広くカバーし、コラムの執筆活動に取り組む。

とは少なく、先ずはその日を生きていく。筆者個人はこれを決して悪いことだとは思わないが、ストライキなどの場合、先導されやすいとも言える。

工場を建て、生産効率をうんぬんする企業にとって『従業員の意識』は重要な問題であろう。なぜ就業意識が低いのか、あるカンボジアに長く住む日本人は『この国の歴史には英雄がいないので手本がない』『特にポルポト以降宗教が断絶され、信心がない』ことが大きく影響しているのではないかと言う。確かに工場を見ても、レストランを見ても、今一つ統率感がないように思えてしまう。

そんな中である生産現場では10年ほどかけて、『仕事をする目的』『仕事に対するインセンティブ』をゆっくりと植え付け、生産量を伸ばし、品質を向上させているのを見た。そこでは同じ価値観を持つ現地の先輩が後輩を指導し、着実に成果をあげていた。日本人が自分たちの論理でいくら言ってもピンと来ない。現地人のまとめ役、『チームリーダー』を如何に養成するか、生産性などを理解した同じ立場の人間に如何に統率させるかが、成功のカギのように思える。

ドリームガールズプロジェクト

一方個人の才能を開花させることも重要である。今回プノンペンを訪れたのは、昨年の和僑総会で知り合ったブルーミング・ライフの温井和佳菜代表が行っているドリームガールズプロジェクトを見学するためであった。このプロジェクト『アジア女性の夢をかなえる！アジア女性の夢をカタチにするビジネスを考える』と題して、特に若い女性の就業機会創出を目指して活動している。

写真２　ドリームガールズプロジェクト　優秀作品

具体的にはカンボジア女性からデザイン画を募集し、コンテストを行い、優秀な作品は日本企業のデザインとして採用してもらい、そのロイヤリティーの一部を本人に還元するというもの。日本企業でも CSR として活用する企業、実際のデザインが優れているので単純に使う企業、またカンボジアでのイメージアップを狙う企業など、様々な企業が支援を始めているようだ。

当日は第４回のコンテスト発表会であったが、開会の２時間も前からカンボジアの若い女性たちが続々と集まり、緊張と熱気で大いに盛り上がっていた。参加者はプノンペンのみならず、シェムリアップやバッタンバンなどから来ており、このプロジェクトがカンボジア国内で認知されてきていることを物語っていた。

アンコールワットに描かれた文様を見た時に『カンボジアの人々にはデザインの才能があるはず』とピンときたという温井代表。『夢を実現するには言い続け、やり続けること』、そして『単なるボランティアではなく、きちんと収入を確保できる仕組みを作ること』ときっぱり。このプロジェクトに緊張感があり、また彼女らのやる気を引き出す要素はそこにあるということだろう。今後はミャンマーやラオスなど他のアジアへも広げていく予定とか。このような活動こそが、真の人材を生み出すのかもしれない。